

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Priadana Sidik, & Sunarsi Denok Metode Penelitian Kuantitatif. (Tangerang: Pascal Books) hal 159
- Wicaksono, Soetam R. 2022 Teori Dasar *Technology Acceptance Model*. (Malang: Seribu Bintang) hal, 33.
- Abdullah K et al., 2022 Metodologi Penelitian Kuantitatif. (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini) hal, 87
- Gio, P. U., Hermanto, B. I. P., Nazriani, D., & Lubih, R. (2024). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Software SmartPLS Contoh Kasus Artikel di Jurnal Nasional & Internasional. Uwais Inspirasi Indonesia.

JURNAL

- Agan Priam Bagus. (2024). Pola pikir, variabel, dan hubungan variabel. *Cendikia: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 2(9), 520–529.
- Agustiani, F., Kusuma, I. C., & Didi, D. (2025). Model Mediasi Dan Moderasi Dalam Hubungan Antara Independensi, Objektivitas Dan Kinerja Auditor: Implikasi Terhadap Kualitas Audit (Studi Kasus Pada Perwakilan BPKP Provinsi Jawa Barat). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 8762-8782.
- Agustina, D. A & Krisnaningsih, D. (2023). Pengaruh penggunaan BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah (studi cabang Jenggolo). *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*.
- Alifandi, T. (2024). Analisis Pengaruh Digitalisasi Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Penggunaan Bank BSI Di Bandar Lampung. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7306-7314.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan keamanan, dan fitur m-banking terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah indonesia (studi kasus BSI KCP sumenep). *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 70-89.
- Amalia, R. (2025). Pengaruh keamanan dan *perceived ease of use* terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna M-Banking BCA Mobile. *Jurnal RIGGS*, 4(2), 2707.
- Amanina, S., & Indana, R. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Syariah Indonesia Melalui Brand Image Sebagai Intervening. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 41-65.

- Andini, R. I. (2024). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Online Customer Review Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Shopee (Studi Pada Mahasiswa Kota Palembang). *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 3(2).
- Ayunani, F. Z., & Putri, N. S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Duren Tiga Jakarta. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 281-289.
- Dewi, R., & Pardede, M. (2021). Pengaruh Kemampuan kerja, motivasi dan pengembangan karier terhadap kinerja karyawan PT. Bina Buana Semesta. *JEBI| Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 16(1), 19-25.
- Elvina, A., & Rahmani, N. A. B. (2023). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, dan perceived compatibility terhadap proses keputusan nasabah menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2799–2805.
- Fadel, A., Wasesa, A., Utami, A. F., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Minat Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim Jurusan Ekonomi Pembangunan Semester 7 Tentang Perencanaan Setelah Lulus. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(19), 64-73.
- Guntara, I. R., Yazid, T. P., & Rummyeni, R. (2023). Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama. *Public Service and Governance Journal*, 4(1), 1-19.
- Hafizh, A., Rahma, T. I. F., & Jannah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking BSI Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(02).
- Halid, P. M., Taan, H., & Ismail, Y. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KC Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(11), 648-655.
- Hamdani, H., & Sa'diyah, H. (2025). Konsep Dasar Penyusunan Hipotesis dan Kajian Teori dalam Penelitian. *Journal of Linguistics and Social Studies*, 2(2), 64-73.
- Heriyadi, M. D., & Rozza, S. (2023, October). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use dan User Interface Quality Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 4, No. 1).

- Husain, F., Mansyur, S., Harris, S. N., Ardilla, F., & Sartika, S. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Transaksi terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Mediasi pada Platform E-Commerce Shopee. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 3530-3545.
- Inadjo, I. M., Mokal, B. J., & Kandowanko, N. (2022). Adaptasi Sosial SDN 1 Pineleng Menghadapi Dampak Covid-19 Di Desa Pineleng 1 Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(4).
- Kamanda, S. V. (2024). Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Produk Cimory Pada Sinar Mart. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 66-72.
- Kumayas, F., Kumenaung, A. G., & Siwu, H. F. D. (2024). Pengaruh jumlah penduduk, tingkat pendidikan dan tingkat pengangguran terhadap kemiskinan di Kabupaten Minahasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 24(4), 71-89.
- Kurnia, R. A., & Tandijaya, T. N. B. (2023). Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Security* dan *Trust* Terhadap Intention To Use Aplikasi Jago. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 64-72.
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh content marketing dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tik-Tok di Wilayah DKI Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180-187.
- Miftahudin, F., & Wahyudi, H. D. (2025). Analisis Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Sosial Media TikTok di Solo Raya. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1180-1191.
- Millena, R., & Jesi, T. (2021). Jurnal Analisis Pendapatan Negara Indonesia Kota Bogor Provinsi Jawa Barat Dengan Metode Kuantitatif. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.450>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh *perceived ease of use, perceived usefulness*, dan *trust* terhadap *intention to use*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715-722.
- Nisa, F., Rozza, S., & Muchtar, A. M. (2020). Peran Public Relations, Kepercayaan, Dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 7(1).
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda. *Jurnal Mahasiswa*, 1, 117-128

- Permana, E., Amanda, N., Aninda, N. F. D., & Syamsurizal. (2024). Penerapan strategi content marketing untuk membangun brand awareness produk skincare Skintific. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, dan Perpajakan*, 1(1), 60–75.
- Prasetia, I. A., & Suwitho, S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian Ulang Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(9).
- Prasetio, R., Iswanaji, C., & Khotijah, S. A. (2023). Pengaruh Persepsi Return, Risiko, Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9(1), 88. <https://doi.org/10.29300/aij.v9i1.9651>
- Pratiwi, D., Hermawati, A., & Kurniawati, D. (2023). Pengaruh *content marketing*, influencer, dan free ongkir terhadap minat beli konsumen produk fashion pada tiktokshop. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 3(1), 1-11.
- Qomariah, N., Jannah, W., & Sa'adah, H. (2024). Penerapan *Content Marketing* Terhadap Minat Pembeli Di Tuku-Tuku Store Bondowoso. *I'THISOM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 438-448.
- Rambe, J. H., & Hasibuan, K. A. P. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syari'ah UIN Sumatera Utara. *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 50-59.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS: Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 4(4), 279-284.
- Salsabila, N. S., & Bahtiar, M. Y. (2025). An Influence of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Trust on the Intention of Repeated Use of Byond by BSI (Study on Customers in Bandar Lampung City). *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 8(1), 109-125.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

- Saputro, A. W., & Oetomo, H. (2023). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E Loyalty Dengan Brand Image dan E-Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Mnajemen*, 11(2), 197–212.
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1-11.
- Setiagraha, D., Sakti, I. P., & Batin, M. H. (2023). Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 39-48.
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh perceived usefullness, perceived ease of use terhadap behavioral intention to use dengan attitude towards using sebagai variabel intervening (studi kasus pada gopay dikota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1).
- Shadrina, R. N., & Yoestini, Y. (2022). Analisis pengaruh content marketing, influencer, dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Shekina. (2024). Tingkat kepuasan nasabah layanan BSI Mobile dengan consumer perceived value sebagai mediator. *Jurnal FEB Universitas Padjadjaran*.
- Simamora, B. (2022). Skala likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84-93.
- Siregar, M. (2023). Pengaruh Sikap Sosial Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas V 88 Sd Negeri 124398 Pematang Siantar. *Pengembangan Penelitian Pengabdian Jurnal ...*, 1(3), 28–37. <https://jurnal.migascentral.com/index.php/p3ji/article/view/12%0Ahttps://jurnal.migascentral.com/index.php/p3ji/article/download/12/12>
- Siregar, Y. F., Sinaga, N. A., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Budaya Sistematis Rekrutmen Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Pos Indonesia Cabang Sibolga. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa*, 5(1), 39-50.
- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). Analisis minat penggunaan pada fitur pembelian mobile banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 35-53.
- Sufiyati, A., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2021). Pengaruh Fasilitas Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Tedco Agri Makmur Di Lampung Tengah. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(1), 12–21.

- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Utami, F. N., Yossinomita, & Rahayu, N. (2022). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap continuance intention to use mobile banking dengan trust sebagai variabel intervening (Bank Jambi Mobile). *Jurnal Manage*, 5(2), 86.
- Waruwu, M., Puat, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917-932.
- Witjaksono, G., & Tanjung, O. (2023). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap kepuasan nasabah pengguna aplikasi mobile banking. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 14031.
- Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam 89 Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89>
- Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh internet banking terhadap minat nasabah dalam bertransaksi dengan technology acceptance model. *Jurnal informatika*, 5(1), 34-42.
- Zulkarnain, M., Marina, A., Jumriatunnisah, N., & Kunio, N. I. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Ketersediaan Fitur Dan Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BSI Mobile Di Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 267-284.

WEBSITE

Google Playstore, 2025

<https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/bca54dea9242240/mobile-banking-yang-paling-diminati-warga-ri-ada-pilihanmu> (Diakses pada 03 September 2025, Pada Pukul

13:02)

<https://infobanknews.com/transaksi-digital-banking-melonjak-45-persen-bsi-apresiasi-nasabah/?utm> (Diakses pada 03 September 2025, Pada Pukul 09:20)

<https://quran.nu.or.id/al-insyirah/5-6> (Diakses pada 19 September 2025, Pada Pukul 11:30)

<https://quran.nu.or.id/al-muthaffifin> (Diakses pada 19 September 2025, Pada Pukul 15:35)

<https://www.detik.com/hikmah/doa-dan-hadits/d-6931532/doa-allahumma-yassir-wala-tuassir-ketahui-arti-dan-manfaatnya> (Diakses pada 19 September 2025, Pada Pukul 10:27)

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4540262/ini-strategi-bsi-kembangkan-digitalisasi-perbankan-syariah?utm> (Diakses pada 03 September 2025, Pada Pukul 10:26)

<https://www.tempo.co/ekonomi/pengguna-bsi-mobile-tembus-7-12-juta-per-semester-i-2024-tumbuh-33-9-persen--30230?utm> (Diakses pada 03 September 2025, Pada Pukul 09:45)

Otoritas Jasa Keuangan, 2023

SKRIPSI

Amanina, S., & Indana, R. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Influencer terhadap Minat Menggunakan Layanan Bank Syariah Indonesia Melalui Brand Image Sebagai Intervening. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 41-65.

Arfinda, M. (2023). *Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Model CARTER (Studi Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pegadaian Syariah Simpang Mesra Banda Aceh)* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).

Febriani, R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam). *Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*.

Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *Islamic Banking & Economic Law Studies (I-BEST)*, 2(1), 13-32.

Lestari, R. D. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Mobile Banking BSI (Bank Syariah Indonesia) Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. *Jawa Tengah: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.

Nurhalizah, S. (2023). Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kinerja Pegawai PT Bank Pembangunan Daerah Jambi (Doctoral dissertation, Fakultas Sains Dan Teknologi).

Raharja, A. K. (2023). *Analisis kepuasan pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi BSI mobile menggunakan model end user computing satisfaction (EUCS)* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Rambe, N. P. M. (2022). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Di Baitul Mal Wa Tamwil (Bmt) Dewan Masjid Indonesia (Dmi) Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Syariah Dan Hukum).
- Rani, A., & Widyaningsih, M. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Keamanan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Menggunakan *Mobile Banking* BSI (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).
- Rozita, F. M., Fradani, A. C., & Amin, A. K. (2025). Pengaruh Content Marketing, Tiktok Affiliate, dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk fashion pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *J. Ilm. Pendidik. Dasar*, 10, 324-337.
- Wardana, O. P., Yani, M., & Indayani, L. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Flicka Bags di TikTok yang di Mediasi oleh Kepuasan Konsumen. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 500-518.
- Wilada, A. N. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Compatibility With Lifestyle Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Gojek (Studi Kasus Siswa Kelas 12 SMAN 4 Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Yanti, H. E. (2023) Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness*, Terhadap Keputusan Menggunakan BSI Mobile Dengan Minat Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Mahasiswa S1 UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto).

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON